

ADVERTENCIA

- ❑ Las opiniones, estimaciones, pronósticos, declaraciones y recomendaciones vertidas en el presente documento son producto de la investigación y estudio realizado por la Coordinación sobre la base de información pública disponible.
- ❑ PROMPERU no se responsabiliza por cualquier error, omisión o inexactitud de los resultados.
- ❑ El presente informe es referencial y no constituye una recomendación de inversión.
- ❑ El documento no necesariamente representa la opinión de PROMPERU.

Comercio Internacional de Productos Orgánicos Situación, Perspectivas y Experiencias del Perú

F. Javier Martínez R. (fmartinez@promperu.gob.pe)

Índice

1. Contexto Internacional
2. Situación del Perú
 - 2.1 Generalidades
 - 2.2 Superficie con Producción Orgánica
 - 2.3 Productores
3. Exportaciones Peruanas de Productos Orgánicos
 - 3.1 Tendencia Comercial
 - 3.2 Países de Destino
 - 3.3 Productos
4. Clientes Internacionales
5. Metodología
6. Conclusiones

Sin embargo, la tendencia por productos orgánicos, en otras regiones como el sudeste de Asia e India, viene fortaleciéndose rápidamente.

Ventas Mundiales de Productos Orgánicos (e)

Año	Ventas Mil millones US\$	Tasa de Crecimiento
2009	53	12,77%
2008	47	14,63%
2007	41	17,14%
2006	35	16,67%
2005	30	11,11%
2004	27	10,20%
2003	24,5	

(e) Estimados

Fuente: Ecor, Internacional Trade Center – ITC, Organic Monitor
Elaboración: PROMPERU

1. Contexto Internacional

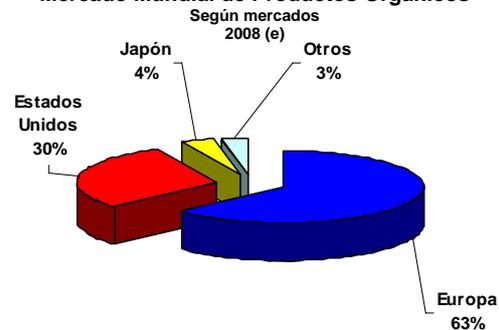
El comercio internacional de productos orgánicos continúa su tendencia creciente principalmente en Alemania, Inglaterra, Suecia, Italia y Francia a pesar de los problemas inflacionarios y de contracción de la demanda que se mostraron en el 2008 originado por el alcance mundial de la variación de los precios del petróleo y la crisis financiera (inmobiliaria).

Si bien es cierto resulta difícil conocer el monto negociado en productos orgánicos a nivel mundial, se sabe que en el 2006 y 2007 las ventas llegaron a US\$ 35 y US\$ 41 mil millones, respectivamente.

Para el 2008 y 2009 se estima que alcancen US\$ 47 y US\$ 53 mil millones, respectivamente, con un crecimiento promedio anual cercano al 14%.

Hay que anotar, que la mayor demanda por productos orgánicos provienen principalmente de los países de Europa, Estados Unidos y Japón quienes en su conjunto acumulan alrededor del 97% del consumo.

Mercado Mundial de Productos Orgánicos



(e) Estimados

Fuente: Ecor, Internacional Trade Center – ITC, Organic Monitor
Elaboración: PROMPERU

Las principales razones que han permitido el desarrollo del mercado de productos orgánicos son:

Por el lado de la demanda

- Mayor incertidumbre y preocupación por los problemas relacionados con los alimentos:
 - Contaminantes (agroquímicos)
 - Enfermedades (gripe aviar, vacas locas)
 - Organismos genéticamente modificados, etc

- Mayor interés y conciencia en los temas ecológicos, manejo sostenible de recursos, cambio climático, etc
- Responsabilidad social
- Incremento de la población y del sector de consumidores con alto poder adquisitivo
- Mayor interés por la salud y la nutrición

Por el lado de la oferta

- Mayor disponibilidad de productos orgánicos en: Bio-supermercados, supermercados, mercados convencionales, tiendas de descuento, etc
- Mayor publicidad y marketing para los productos orgánicos (campañas de los gobiernos)
- Mayor uso en las industrias de alimentos, cosmética y textiles
- Incorporación de criterios de biodiversidad (rainforest, amigables), de responsabilidad social (comercio justo) y otros de nichos específicos (Kosher, Halal, etc)
- Mayores precios: en promedio 20% más en relación a los productos convencionales

Sin embargo, dada la actual incertidumbre en los mercados financieros y el estancamiento de las principales economías, para el 2009 se espera una menor tasa de crecimiento en las ventas de productos orgánicos (13%) aumentando la competencia en el sector e incentivando a mejorar la eficiencia de los procesos productivos y de exportación además de establecer alianzas estratégicas que permitan compartir los beneficios del mercado.

2. Situación del Perú

2.1 Generalidades

La Agricultura en el Perú es conducida, principalmente, por pequeños productores quienes, por su escala económica, no usan agroquímicos ni pesticidas, con lo cual sus productos cumplen con los requerimientos “**básicos**” del mercado de productos orgánicos.

Su ancestral tradición agrícola, de selección y manejo de diversas especies vegetales y animales, le ha permitido “**domesticar**” y “**desarrollar**” una gran diversidad de productos, muchos de ellos aún nativos,

facilitando cosechas escalonadas y una producción sostenida durante todo el año.

Asimismo, Perú posee condiciones ambientales favorables (temperatura, humedad, luz solar, etc) y recursos valiosos (roca fosfórica, guano de islas, etc) para el “**fomento**” y “**desarrollo**” de la agricultura orgánica.

La producción orgánica en Perú incorpora no solo criterios “**ambientales**” (sostenibilidad), sino también de “**biodiversidad**” (rainforest, amigables) y de “**responsabilidad social y económica**” (comercio justo); incluso otras de nichos específicos (Kosher, Halal) las cuales han facilitado su ingreso a los mercados.

Los resultados alcanzados por el Perú, en materia de producción orgánica, vienen siendo “**reconocidos**” a nivel internacional:

- **1^{er}** exportador mundial de Café Orgánico
- **2^{do}** productor mundial de Cacao Orgánico
- **5^{to}** productor mundial de Banano Orgánico
- **7^{mo}** país con el mayor número de productores que implementan sistemas de producción orgánica
- **País megadiverso**, posee 84 de las 104 zonas de vida en el mundo que a su vez le permite tener una alta diversidad biológica

La importancia estratégica de la agricultura orgánica en Perú ha llevado a que se forje una institucionalidad publico-privada (MINAG, CONAPO, SENASA, MINCETUR, PROMPERU, MINAM, ANPE, RAE, RAAA, Cooperación Internacional, Gremios de productores, empresas) interesada, involucrada y comprometida en “**consolidarla**” como una alternativa para el pequeño productor.

Hoy, el Perú cuenta con un “**marco legal**” (Ley de Producción Orgánica, Reglamento Técnico para los Productos Orgánicos, Autoridad Nacional Competente) para “**controlar**” y “**garantizar**” el cumplimiento de las normas de producción orgánica en el País.

En Perú se “**promueve**” la producción orgánica a través de:

- Su participación en el mercado local.
 - o BioFeria, BioTienda
 - o Espacios ecológicos en supermercados
 - o Servicio de reparto de productos orgánico

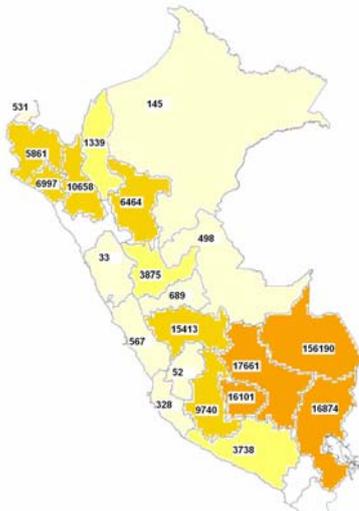
- Difusión y notas periodísticas
- Su participación en el mercado internacional.
 - Biofach, Anuga - Alemania
 - All Things Organic, Fancy Food - USA
 - Informes sobre tendencias y mercados

2.2 Superficie con Producción Orgánica

La agricultura orgánica es una actividad que se lleva a cabo en todo el Perú.

En el 2005, la superficie cultivada bajo los principios de la agricultura orgánica llegó a 273,754 hectáreas.

Perú: Superficie bajo Agricultura Orgánica
Según departamentos
2005 (d) (e)



(d) Incluye hectáreas certificadas y en transición
(e) Estimados
Fuente: SENASA
Elaboración: SENASA

Para el 2007, se estima que dicha superficie alcanzó las 275 mil hectáreas representando aproximadamente 15% del total nacional.

El área orgánica certificada comprende 85% y el área en transición 15%.

2.3 Productores

Los productores Peruanos que implementan los sistemas de producción orgánica en sus fincas sumaron, en el 2008, unos 35,000.

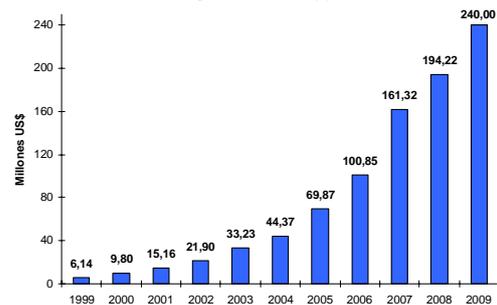
3. Exportaciones Peruanas de Productos Orgánicos

3.1 Tendencia Comercial

Las exportaciones Peruanas de productos orgánicos alcanzaron, en el 2007 y 2008, US\$ 161.32 y US\$ 194.22 millones respectivamente.

Para el 2009, se estima que estas lleguen a los US\$ 240 millones manteniendo su tasa de crecimiento en 45% anual.

Perú: Exportaciones de Productos Orgánicos
Según Valor FOB (e)



(e) Estimados
Fuente: ADUANAS
Elaboración: PROMPERU

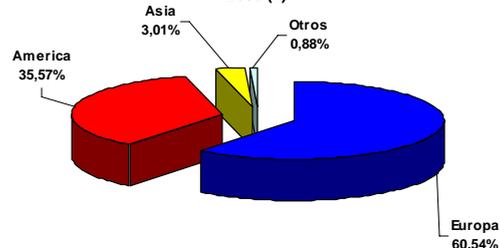
La principal fortaleza para este desempeño ha sido el desarrollo de alianzas estratégicas, la cual ha permitido motivar a la industria internacional a considerar dentro del rotulado de los productos orgánicos, el origen Perú.

Esta situación viene permitiendo posicionar la imagen del Perú en el mercado internacional como el principal proveedor de productos orgánicos.

3.2 Países de Destino

El principal mercado de las exportaciones Peruanas de productos Orgánicos es Europa (60.54%). Le siguen América y Asia con 35.57% y 3.01%, respectivamente.

Perú: Exportaciones de Productos Orgánicos
Según mercados
2008 (e)



(e) Estimados
Fuente: ADUANAS
Elaboración: PROMPERU

En Europa destacan: Alemania, Holanda, Bélgica y Suecia al concentrar juntos 84.88% de las exportaciones a este mercado.

Perú: Exportaciones de Productos Orgánicos a Europa

Según países de destino
2008 (e)

Países	%
Alemania	30,04%
Holanda	22,08%
Bélgica	21,72%
Suecia	11,04%
Inglaterra	6,56%
Otros	8,56%

(e) Estimados
Fuente: ADUANAS
Elaboración: PROMPERU

En América, Estados Unidos y Canadá concentran 93.87% de las exportaciones y, en Asia, Japón y Tailandia concentran 94.84%.

Perú: Exportaciones de Productos Orgánicos a América

Según países de destino
2008 (e)

Países	%
Estados Unidos	82,67%
Canadá	11,20%
México	3,71%
Chile	0,73%
Costa Rica	0,42%
Otros	1,27%

(e) Estimados
Fuente: ADUANAS
Elaboración: PROMPERU

Perú: Exportaciones de Productos Orgánicos al Asia

Según países de destino
2008 (e)

Países	%
Japón	89,49%
Tailandia	5,35%
Hong Kong	2,54%
Corea	1,29%
Singapur	0,83%
Otros	0,49%

(e) Estimados
Fuente: ADUANAS
Elaboración: PROMPERU

Los nuevos destinos a los que se llegó con productos orgánicos en el 2008 fueron:

Países	Productos
Arabia Saudita	Algodón
Emiratos Árabes Unidos	Algodón
Filipinas	Algodón
Grecia	Algodón
Guatemala	Maca Noni Tuna Uña de Gato Yacón
Indonesia	Algodón
Singapur	Maca
Sudáfrica	Algodón
Tailandia	Algodón
Uruguay	Algodón
Yemen	Algodón

3.3 Productos

La canasta exportadora Peruana de productos orgánicos viene posicionándose en el mercado internacional, sin embargo, se hace necesario avanzar en la cadena de transformación del producto, presentaciones y empaque con el fin de comercializar no solo materia prima o ingredientes sino productos finales listos para el consumo.

En ese sentido, el Café y Cacao han dado un gran paso ya que a partir del 2009 se estarían haciendo las primeras exportaciones de café instantáneo y chocolate negro.

Otros productos como los granos andinos (quinua, amaranto-kiwicha) están avanzando para atender, de un lado, las campañas de desayunos nutritivos y, de otro lado, el desarrollo de barras energéticas.

Es importante resaltar la capacidad de fusión de los mismos productos peruanos: chocolates con quinua, rodajas de banano o castañas cubiertas de chocolate, galletas con ajonjolí y amaranto, granolas, etc los cuales permiten atender los gustos y preferencias del público consumidor.

Incluso, los productos nuevos como el Pisco, snacks, sachá inchi, lúcuma, etc tienen muchas oportunidades dada la situación por la que atraviesa nuestra gastronomía.

La oferta exportable de productos Orgánicos del Perú está constituida, principalmente, por:

- Frutas
 - banano, camu camu, lúcuma, mango, etc
 - nueces del brasil, pecanas
- Café y Cacao
- Cereales, granos y menestras
 - ajonjolí, amaranto (kiwicha), quinua
- Hortalizas, tubérculos, raíces y otros
 - palmito, panela, ají, etc
- Aromáticas, especias y condimentos
 - jengibre (kion), hierbas aromáticas, etc
- Productos Naturales
 - maca, maíz morado, yacón, etc
- Acuicultura
 - trucha
- Fibras naturales y productos textiles
 - algodón, alpaca

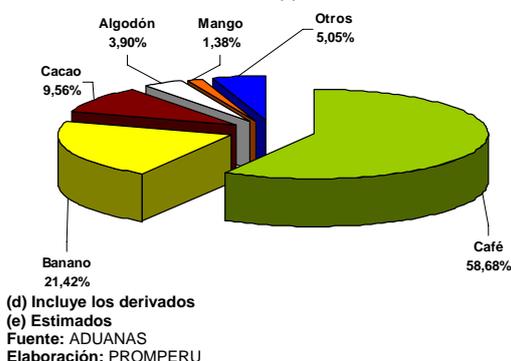
En el 2008, los siguientes productos se incorporaron a la canasta exportadora orgánica:

Productos	Países
Albahaca	Estados Unidos
Calabaza	Holanda
Cañihua	Alemania
Jojoba	Alemania Estados Unidos Holanda Inglaterra
Noni	Guatemala Japón Noruega
Palta	Inglaterra
Trucha	Australia Bélgica
Tuna	Guatemala Noruega

El principal producto orgánico de exportación del Perú es el Café al concentrar el 58.68% de las exportaciones de productos orgánicos.

Le siguen en importancia, el Banano y el Cacao al concentrar 21.42% y 9.56%, respectivamente.

Perú: Exportaciones de Productos Orgánicos
Según tipo de productos (d)
2008 (e)



Las exportaciones de Café orgánico van dirigidas, principalmente a Estados Unidos y Alemania. Juntos concentran casi el 54% de las ventas.

Perú: Exportaciones de Café Orgánico
Según países de destino
2008 (d) (e)

Países	%
Estados Unidos	27,06%
Alemania	26,88%
Bélgica	12,02%
Suecia	11,31%
Canadá	6,05%
Otros	16,69%

(d) Incluye los derivados
(e) Estimados
Fuente: ADUANAS
Elaboración: PROMPERU

El principal destino del Banano orgánico es Holanda al concentrar el 41.44% de las exportaciones.

Perú: Exportaciones de Banano Orgánico
Según países de destino
2008 (d) (e)

Países	%
Holanda	41,44%
Estados Unidos	31,44%
Bélgica	9,37%
Japón	9,13%
Alemania	6,11%
Otros	2,52%

(d) Incluye los derivados
(e) Estimados
Fuente: ADUANAS
Elaboración: PROMPERU

Nota: Una parte de las exportaciones a Holanda se redistribuye a otros países de Europa.

Asimismo, el principal destino del Cacao orgánico es Suiza que concentra el 37.61% de las exportaciones.

Perú: Exportaciones de Cacao Orgánico
Según países de destino
2008 (d) (e)

Países	%
Bélgica	37,61%
Holanda	25,42%
Estados Unidos	14,43%
Italia	9,89%
Alemania	3,48%
Otros	9,17%

(d) Incluye los derivados

(e) Estimados

Fuente: ADUANAS

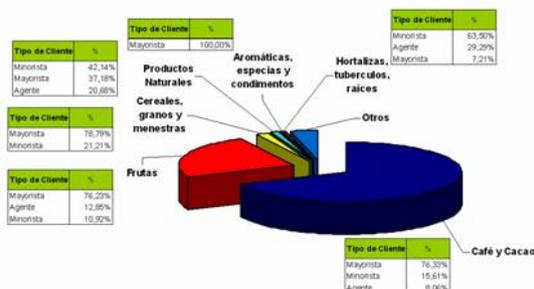
Elaboración: PROMPERU

Nota: Las exportaciones de Cacao Orgánico a Bélgica ingresan temporalmente, el destino final del producto es Suiza.

4. Clientes Internacionales

De acuerdo a la información disponible para el caso de alimentos, los clientes internacionales de productos orgánicos del Perú son principalmente “**mayoristas**”, especializados en la comercialización de determinados productos.

Perú: Exportaciones de Productos Orgánicos
Según tipo de clientes
2008 (d) (e)



(d) Incluye los derivados

(e) Estimados

Fuente: Vernal Consultores

Elaboración: PROMPERU

Cabe resaltar los esfuerzos del sector exportador por atender directamente al segmento “**minorista**”, donde las alianzas estratégicas han jugado un rol determinante para comercializar no solo de frutas, café o cacao sino también productos naturales.

5. Metodología

Para el desarrollo de este informe, las cifras estadísticas de exportaciones del Perú están basadas en la información de cada una de las operaciones de exportación (DUA) realizadas por todas las empresas.

Seguidamente, se ha procedido a clasificar las operaciones de exportación de los productos orgánicos.

Finalmente, la información resultante es contrastada con los gremios de productores / exportadores y con las principales empresas a nivel nacional.

6. Conclusiones

- La menor tasa de crecimiento en las ventas de productos orgánicos (13%) aumentará la competencia en el sector, incentivando a mejorar la eficiencia de los procesos productivos y de exportación además de establecer alianzas estratégicas que permitan compartir los beneficios del mercado.
- La principal causa del desempeño de los productos orgánicos Peruanos ha sido el desarrollo de alianzas estratégicas, que ha permitido considerar dentro del etiquetado de los productos, el origen Perú.
- Los nuevos productos orgánicos que han ingresado a la canasta exportadora de Perú son: albahaca, calabaza, cañihua, jojoba, noni, palta, trucha y tuna.
- Los nuevos destinos a los que Perú ha llegado con productos orgánicos son: Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Filipinas, Grecia, Guatemala, Indonesia, Singapur, Sudáfrica, Tailandia, Uruguay y Yemen.
- Los clientes internacionales de productos orgánicos del Perú son principalmente “**mayoristas**”, especializados en la comercialización de determinados productos.

